

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Peneliti Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
G. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
H. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
A. Manajemen.....	20
1. Pengertian Manajemen.....	20
2. Fungsi Manajemen.....	21
3. Manfaat Manajemen.....	22
B. Manajemen Pemasaran.....	23
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	24
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	24
C. Digital Marketing.....	25
D. Keputusan Pembelian.....	29
E. Pandemi.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Jenis dan Sumber Data.....	37
D. Variabel dan Operasional Variabel.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Analisis Data.....	42
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
1. Sejarah Perusahaan.....	45
2. Logo Perusahaan.....	46
3. Fitur-fitur Twitter.....	46

B. Hasil Penelitian.....	47
1. Karakteristik Responden.....	47
2. Pengujian Penelitian.....	49
a. Uji Validitas.....	49
b. Uji Reabilitas.....	51
c. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	52
d. Koefisien Determinasi.....	53
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	60
RIWAYAT HIDUP.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Mini Survey.....	6
Tabel 1.2 Peneliti Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	48
Tabel 4. 3 Uji Validitas Digital Marketing (X).....	50
Tabel 4. 4 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Digital Marketing (X).....	51
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi.....	52
Tabel 4.8 Koefisien.....	52
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Dunia (2019).....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial.....	3
Gambar 1.3 Data Popularitas <i>Keyword</i> Sepeda Lipat.....	3
Gambar 1.4 Trend Bersepeda Di Masa Pandemi.....	4
Gambar 1.5 Trend Bersepeda Di Masa Pandemi.....	5
Gambar 1.6 Presentase Waktu Penggunaan Media Sosial.....	10
Gambar 1.7 Presentase Kepemilikan Akun Media Sosial.....	11
Gambar 1.8 Presentase Kegunaan Media Sosial.....	12
Gambar 1.9 Presentase Keinginan Membeli Barang Di Masa Pandemi.....	12
Gambar 2.1 Tipe Tingkah Laku Membeli.....	31
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 4.1 Logo Awal Twitter.....	46
Gambar 4.2 Perubahan Logo Twitter.....	46
Gambar 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48